



**SEPEX – Seminário de ensino, pesquisa e extensão da Uneal**  
**12 a 14 de agosto de 2025**

**Oficina 2: GESTÃO E PRECIFICAÇÃO PARA NEGÓCIOS EM**  
**CRESCIMENTO: gestão inteligente - lucre com consciência**

José Rodolfo<sup>1</sup>, Matheus Joaci<sup>2</sup>, Matheus De Almeida<sup>3</sup>, Natasha Gomes<sup>4</sup>, Marcelo  
Moreira Da Silva<sup>5</sup>

<sup>1, 2, 3, 4</sup> Alunos(as) do Curso de Ciências Contábeis na UNEAL Campus IV

<sup>5</sup> Professor orientador, Curso de Ciências Contábeis na UNEAL, Campus IV;

<sup>1</sup> [Jose.nascimento.2025@alunos.uneal.edu.br](mailto:Jose.nascimento.2025@alunos.uneal.edu.br)

<sup>2</sup> [matheus.costa.2025@alunos.uneal.edu.br](mailto:matheus.costa.2025@alunos.uneal.edu.br)

<sup>3</sup> [Matheus.araujo.2025@alunos.uneal.edu.br](mailto:Matheus.araujo.2025@alunos.uneal.edu.br)

<sup>4</sup> [Natasha.lima.2025@alunos.uneal.edu.br](mailto:Natasha.lima.2025@alunos.uneal.edu.br)

<sup>5</sup> [Marcelo.silva@uneal.edu.br](mailto:Marcelo.silva@uneal.edu.br)

**RESUMO:** Negócios em expansão exigem uma gestão estratégica e inteligente, capaz de alinhar de forma equilibrada os objetivos financeiros, operacionais e os valores humanos fundamentais. Nesse contexto, a liderança humanizada torna-se essencial, pois ela fortalece o engajamento das equipes, estimula o senso de pertencimento e cria um ambiente propício à inovação contínua. Ao mesmo tempo, decisões embasadas em dados confiáveis reduzem as incertezas e facilitam respostas rápidas e assertivas diante das constantes mudanças no mercado. Além disso, a análise do valor percebido pelo cliente é fundamental para a definição de preços justos e coerentes com os benefícios entregues. Essa abordagem gera maior transparência, fortalece a confiança e favorece a fidelização dos consumidores. A adoção de práticas sustentáveis agrega valor ambiental ao produto ou serviço, possibilitando inclusive a aplicação de preços *premium* conscientes, baseados em propostas de valor que respeitam as preferências e a disposição de pagamento de diferentes segmentos de mercado. Modelos de precificação baseados em valor devem ser dinâmicos, ajustando-se conforme a demanda, a sazonalidade e os padrões de consumo, de forma a otimizar tanto a receita quanto a experiência do cliente. Nesse processo, a cultura organizacional voltada para testes, experimentações e aprendizado constante torna-se um diferencial competitivo, acelerando a capacidade de adaptação e ampliando os resultados. Ferramentas de gestão como o *Balanced Scorecard* ajudam a conectar objetivos financeiros, ambientais e operacionais, enquanto indicadores como a margem de contribuição líquida fornecem uma visão clara da saúde financeira da organização. Revisões periódicas das estratégias permitem identificar riscos e oportunidades de forma proativa. Além disso, capacitar líderes com uma mentalidade voltada ao *pricing* estratégico fortalece a qualidade das decisões, especialmente quando acompanhada de uma comunicação clara e transparente sobre os custos e os propósitos empresariais. Ao equilibrar lucro, propósito e responsabilidade social, os negócios alcançam um crescimento sustentável de longo prazo, apoiado em governança ética, sólida e



transparente. A mensuração de impacto social fortalece a credibilidade da marca e evidencia que crescer com consciência requer a harmonização entre métricas claras, indicadores bem definidos e valores éticos. Assim, o lucro deixa de ser apenas um fim em si mesmo e passa a refletir um modelo inteligente, empático e orientado por propósito — caminho essencial para organizações resilientes, relevantes e sustentáveis.

Palavras-chave: Produtividade. Inovação. Propósito. Autenticidade. Diversidade.